

Tiktok: El nuevo Google

En la era digital, la búsqueda de información es crucial. Aunque Google ha sido líder indiscutible, TikTok, con su enfoque en videos cortos, está cambiando el juego.

¿TikTok será el nuevo estándar?

¿Los consumidores han utilizado alguna vez TikTok como motor de búsqueda?

59% No
41% Sí

Por generación:

14% baby boomers
29% Generación X
49% Millennials
64% Generación Z

Casi 1 de cada 10 miembros de la Generación Z dijeron que era más probable que confiaran en TikTok que en Google como motor de búsqueda.

¿Qué han buscado los consumidores al utilizar TikTok como motor de búsqueda?

1. Nuevas recetas: 36%
2. Música nueva: 35%
3. Consejos de bricolaje: 34%
4. Asesoramiento de moda - 30%
5. Rutinas de entrenamiento: 29%
6. Consejos de belleza - 29%
7. Recomendaciones de productos: 26%
8. Nuevos productos o servicios - 25%
9. Recomendaciones de películas: 24%
10. Inspiración de diseño: 23%
11. Consejos de salud: 22%
12. Recomendaciones de televisión: 21%
13. Destinos de viaje o experiencias - 20%
14. Nuevos restaurantes: 19%
15. Recomendaciones de libros: 18%

¿Qué plataformas encontraron más útiles los consumidores a la hora de buscar información?

Google 91%
Youtube 39%
Bing 21%
Tik Tok 17%
PatoPatoGo 17%
Gorjeo 12%
ChatGPT 11%
Yahoo 10%
Facebook 7%
Pinterest 7%

Conclusión

Los datos muestran como TikTok está ganando popularidad entre la Generación Z como motor de búsqueda, desafiando el liderazgo de Google. TikTok se está convirtiendo en una opción innovadora y confiable para buscar en línea, siendo algo destacable para las nuevas generaciones.